

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ PUBLIC-RELATIONS В БЕЛАРУСИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Студентки гр. 11306117 Бондарь Ю. А., Метельская А. А.

Ст. преподаватель Третьякова Е. С.

Белорусский национальный технический университет

Сфера PR (public-relations) в Беларуси сравнительно молодая, начала свое развитие намного позже, чем в странах Западной Европы, России и США. Часто понятие PR путают с понятием пропаганды, однако это 2 разные вещи, как и понятия белорусских и западных связей с общественностью. Жители Беларуси также не всегда понимают смысл данного понятия, поэтому могут толковать его не должным образом, что пагубно сказывается на развитии этой новой сферы для Беларуси. Существует масса заблуждений по этому поводу, сравнивая PR с «страновым маркетингом», «репутационным менеджментом», «инвестиционным образом», «черным PR». Порой лишь специалисты могут точно классифицировать различные реальные и псевдотермины.

Также стоит отметить, что в Беларуси мало практиков-теоретиков в этой области, которые не так часто, как порой хотелось бы, устраивают тренинги и семинары, приходится прибегать к помощи иностранных специалистов, однако адаптировать информацию приходится под белорусскую действительность. А за пределами столицы Беларуси PR в принципе отсутствует, поэтому здесь мы можем говорить только о развитии PR в Минске. Однако нельзя не сказать, что сфера связей с общественностью весьма перспективна в Беларуси. Три ВУЗа готовят специалистов в области public relations. Но здесь уже прослеживается ситуация опережения образования социальной практики. На данном этапе наблюдается девальвация профессии, в PR приходят специалисты из других смежных областей, таких как реклама, маркетинг и журналистика. На самом же деле у пиара функции гораздо более широкие. Но опять же существует в своем роде и ситуации недопонимания специалистов и заказчиков из Беларуси.

Анализируя рынок предоставляемых услуг, нужно заметить, что их спектр представлен на достойном уровне. Данной сферой начали интересоваться государственные и частные организации и госорганы. PR-технологии ориентированы на разум и способны работать только в случае построения долгосрочных отношений с общественностью, т.к. традиционно ориентированы на правду и соответствие интересов различных организаций, а в первую очередь, интересам общества в целом.